

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan sumber daya terpenting dalam keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan. Terdapat banyak faktor yang menyebabkan tinggi rendahnya kinerja manusia dalam mencapai keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan. Faktor utama tercapainya keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan adalah komunikasi. Menurut Romli (2016:8) komunikasi adalah seni menyampaikan informasi (pesan, ide, sikap, gagasan) dari komunikator untuk mengubah serta membentuk perilaku komunikan (pola, sikap, pandangan dan pemahamannya) ke pola dan pemahaman yang dikehendaki komunikator. Orang yang memiliki keterampilan komunikasi, lebih bisa dijadikan figur pemimpin bab, dapat memberikan arahan, motivasi, memediasi konflik, membangun solidaritas kerja tim, mampu membangun iklim dan budaya organisasi yang berwarna dengan hubungan interpersonal yang baik (Rustan&Hakki 2017:4).

Manusia membutuhkan suatu media dalam melakukan komunikasi. Menurut Rustan dan Hakki (2017:46) media adalah semua alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan, dari komunikator kepada komunikan. Terdapat berbagai macam media yang digunakan manusia dalam berbagai tipe komunikasi, salah satunya adalah media massa. Menurut Cangara (2009:122) Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan, dari sumber kepada Khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi, seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Salah satu media massa yang cukup banyak digunakan di Indonesia adalah televisi. Menurut Maburi (2013:15) Media informasi TV merupakan media yang sangat efektif, karena kandungan informasi yang ada dalam TV-gambar/visual- jauh lebih besar dari pada media lainnya, seperti media cetak dan radio.

Televisi memiliki daya tarik yang luar biasa, karena mampu menyajikan informasi secara audiovisual. Televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya beragam. Berbagai macam program acara dikemas dalam berbagai bentuk, diantaranya: film, dokumenter, sinetron, *reality show*, *variety show*, *talk show*, komedi, situasi (sitcom) dan lain-lain, yang tentunya menghibur, menginformasi, mendidik, serta unik dan menarik (Maburi 2013:16). Banyaknya bentuk program acara tersebut melahirkan suatu rumah produksi, yang mampu bersaing, untuk menciptakan suatu program acara, yang kreatif dan menarik salah satunya adalah *Fremantle* Indonesia.

Fremantle Indonesia adalah sebuah rumah produksi, yang telah memproduksi lebih dari 32 format acara untuk program televisi, mulai dari *game show*, *reality show*, drama dan program lainnya. Salah satu program, yang di produksi oleh *Fremantle* Indonesia adalah *Take Me Out* Indonesia. *Take Me Out* Indonesia merupakan program kerjasama, antara pihak *Fremantle* Indonesia dengan stasiun televisi GTV. Hal tersebut menjadikan *Fremantle* Indonesia sebagai konseptor, dari segi konten, kontestan, musik, sedangkan pihak GTV selaku teknis pelaksana program.

Pihak GTV hanya menerima konsep yang telah dibuat oleh *Fremantle* Indonesia, dan menayangkannya. *Take Me Out* Indonesia merupakan acara, yang bertemakan pencarian pasangan dan mengudara selama 3 jam (90 menit).

Terdapat berbagai rangkaian segmen pada *Take Me Out* Indonesia, salah satunya adalah segmen “*VT Profile*”. *VT profile* adalah rekaman video tentang identitas kontestan pria seperti layaknya biografi yang dikemas secara menarik. Segmen ini dibuat untuk menarik hati *single ladies* (wanita lajang). *VT profile* diproduksi oleh tim produksi *Fremantle* Indonesia program *Take Me Out* Indonesia. Penanggung jawab penuh dalam proses produksi *VT profile* adalah tim kreatif yang terbagi menjadi tim *VT* dan tim konten. Proses produksi *VT profile* merupakan perjalanan panjang yang melewati berbagai tahapan, melibatkan banyak sumber daya manusia dengan berbagai keahlian. Terdapat beberapa tahapan yang dilewati untuk memproduksi *VT profile* yaitu pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Tahapan tersebut dilakukan untuk menciptakan *VT profile* yang menarik. Tim produksi pasti memiliki hambatan saat proses pengerjaannya namun hambatan tersebut dapat diatasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, terdapat beberapa rumusan masalah yang akan dibahas pada laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana proses produksi *Video Tape (VT) Profile* Kontestan Pria *Take Me Out* Indonesia di *Fremantle* Indonesia?
- 2) Apa saja hambatan serta solusi dalam proses produksi *Video Tape (VT) Profile* Kontestan Pria *Take Me Out* Indonesia di *Fremantle* Indonesia?

1.3 Tujuan

Pembuatan laporan akhir ini memiliki beberapa tujuan. Tujuan tersebut merujuk pada rumusan masalah yang akan dibahas. Tujuan dari laporan akhir ini adalah:

- 1) Menjelaskan proses produksi, *Video Tape (VT) Profile* Kontestan Pria, *Take Me Out* Indonesia di *Fremantle* Indonesia.
- 2) Menjelaskan hambatan serta solusi dalam proses produksi, *Video Tape (VT) Profile* Kontestan Pria *Take Me Out* Indonesia di *Fremantle* Indonesia.

2 METODE

2.1 Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data untuk laporan akhir ini dilakukan di kantor *Fremantle* Indonesia, Jl. Barito II No.3, RT.8/RW.5, Kramat Pela, Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Waktu pengumpulan data laporan akhir ini dilakukan sejak tanggal 16 Desember 2019 sampai dengan 2 Maret 2020.